

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Carrera

Licenciatura en Publicidad

Materia

Seminario de Investigación

Titular

Profesor Juan Bautista González Saborido

Tema

**El desarrollo de la televisión
por cable, sus causas y consecuencias**

Alumna

Mariela Belén Giacobone

Fecha

Noviembre de 1997

INDICE

Agradecimientos.....	Pág. 1
Porque este tema?.....	Pág. 2
Introducción.....	Pág. 4

Primera Parte - Marco Teórico

Capítulo I - Un poco de Historia

Había una vez.....	Pág. 8
Cómo llegamos a esta era audiovisual.....	Pág. 15

Capítulo II - En busca de las fuentes

Algunas definiciones acerca de la TV.....	Pág. 23
El espectáculo y la mirada.....	Pág. 24

Segunda Parte - Investigación de Campo

Capítulo I - Presentación

El cable en números.....	Pág. 29
Argentina, país mediatizado.....	Pág. 39
Canales y Ofertas.....	Pág. 41
Y sin embargo "grazing"	Pág. 48

Capítulo II - *El negocio del cable*

El que pega primero, pega dos veces.....	Pág. 51
Segmentación y nichos de mercado.....	Pág. 55
La publicidad en el cable.....	Pág. 57

Capítulo III - *Los televidentes*

Qué ven los que eligen el cable?.....	Pág. 64
Aportes del cable.....	Pág. 68
Avances tecnológicos, nuevas posibilidades para los abonados.....	Pág. 72
Aclaración.....	Pág. 75

Conclusiones.....	Pág. 78
-------------------	---------

Bibliografía.....	Pág. 83
-------------------	---------

Anexo.....	Pág. 86
------------	---------



AGRADECIMIENTOS

- En principio quiero agradecer a mis padres por todo el amor y la dedicación que me brindaron siempre, por su apoyo y su incondicionalidad.
- A mis abuelos, que son la columna vertebral de toda nuestra familia.
- A Emiliano, por estar a mi lado y ayudarme en este trabajo.
- A Ana Laura, que con su computadora y su amistad hizo el diseño gráfico.
- Al Profesor Juan Bautista González Saborido, por su guía y sus conocimientos, por compartirlos conmigo y darme un marco para encarar mis investigaciones.
- A todos los que de una u otra forma colaboraron conmigo brindándome su tiempo, opiniones, conocimientos y datos, porque gracias a ellos pude profundizar en el tema.
- A la vida, que me ha dado mucho, y que en definitiva es agradecerle a Dios, por todo.

POR QUE ESTE TEMA?

Desde el momento en que en mi casa fue contratado el servicio de cable me convertí, como muchos otros, en una fanática de esta nueva forma de ver televisión.

La seducción del cable me atrapó no sólo como espectadora sino como estudiosa de los fenómenos comunicacionales; de todos ellos el enorme crecimiento del cable es el más reciente.

Por eso al momento de elegir el tema de estudio no dudé en inclinarme por el anteriormente mencionado.

La forma en que la televisión se ha desarrollado a través del cable, los nuevos rumbos de especialización que ha elegido y la indiscutible acogida que ha recibido por parte de los espectadores son dignos de ser rigurosa y metodológicamente observados y analizados.

Sin embargo al ser el éxito relativamente reciente aún no hay dema-

siada bibliografía en español al respecto. Sí se pueden encontrar varias revistas especializadas, pero en general se ocupan más del negocio del cable que de el aspecto comunicacional.

Este vacío enciclopédico fue para mí otro incentivo para investigar en todos los sectores: público, productores, operadores, publicistas, sociólogos, y así poder conocer la razón por la cual el cable ha crecido tanto y cómo se relacionan con las personas que lo ven.

En resumen investigar el aspecto sociológico del cable, y las causas y consecuencias que su aparición acarrearán fue lo que más me interesó y me decidió a estudiar este tema.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

El primer estudio acerca de la televisión por cable fue llevado a cabo en los años '80 por Giuseppe Richieri, un profesor italiano experto en cuestiones relativas a la transformación tecnológica de los medios de comunicación y sus repercusiones en la realidad.

En ese entonces el Profesor Richieri analizaba los aspectos técnicos y económicos que dieron vida al sistema de cable y predecía tanto el uso de la fibra óptica como el uso de servicios domiciliarios (telecompras, trabajo domiciliario a través de la red, etc.) que serían consecuencia de la popularización de la TV por cable.

Pero también hacía notar que la puesta en práctica de estas innovaciones tecnológicas no habían considerado qué incidencias tendrían estos nuevos sistemas y servicios en la sociedad. Es este último aspecto el que yo tomo para continuar la investigación y averiguar así qué implica para las personas el hecho de tener una televisión segmentada, qué les aporta a sus

vidas y si modifica en algo su forma de comportarse, en resumen las consecuencias sociológicas que produce la aparición de esta nueva forma de comunicación social.

Por otra parte el crecimiento del cable en nuestro país no fue por azar, y aquí se plantea el gran interrogante: -Qué es primero, los medios le ofrecen a los espectadores cada vez más y estos últimos acceden o es el televidente el que pide y las empresas satisfacen sus deseos?

A lo largo de este trabajo analizaremos cómo surgió el cable, porque no fue una casualidad sino algo planeado, cómo recibió la gente esta novedad y qué vió en el cable como para darle su aprobación y pagar por tenerlo, de qué forma las empresas aprovechan este negocio y cómo tratan de captar clientes.

Todo técnico en mercadotecnia sabe que ningún negocio es exitoso a menos que el producto o servicio sea aceptado y requerido por los consumidores. Con lo cual podríamos decir que las empresas proponen y el público dispone.

El cable abrió un amplio espectro tanto para quienes viven de él como para quienes lo disfrutan, de aquí en más sólo es cuestión de saber mirar.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR